

[研究ノート]

# 地方自治体の街づくりと流通政策

——新たな制度設計に向けて——

鈴木 幾多郎

## I

大店法の廃止に伴う「大規模小売店舗立地法」「改正都市計画法」「中心市街地活性化法」、いわゆる「街づくり3法」の成立は、わが国の流通政策の転換であり、商業調整の時代が終り、街づくりの時代を迎えることになったといわれている。「街づくり3法」が施行されてから、自治体や商業者の間で街づくりの重要性が急速に認識され、多くの自治体が中心市街地活性化法に注目し、基本構想や基本計画を策定しはじめている。

中心市街地活性化法は、中心市街地を「人、モノ、情報が集積する場所であり、地域社会の核として、人が住み、遊び、働き、交流する場」として位置づけ、中心市街地の衰退を国民生活および経済活動の基盤に関わる問題として捉え、国の13省庁の施策を一体的に実施することによって中心市街地の活性化を支援するものである<sup>1)</sup>。

都市政策においても、都市行政は都市化社会から都市型社会への転換を図る時期にきており、都市化社会の中心的な都市づくりが、新規市街地形成であったのに対して、都市型社会では、既成市街地の再構築が都市づくりの中心的な課題となるとの認識を示した<sup>2)</sup>。

「街づくり」は、「良質の都市ストックの形成」<sup>3)</sup>を目指すものである。都市

1) 通商産業省産業政策局中心市街地活性化室 (1998)。

2) 都市計画中央審議会基本政策部会 (1977)。

キーワード：街づくりと制度設計，政策対象—政策主体，法的概念，協議と学習

における小売商業機能は、良質の都市ストックの形成に不可欠のものである。買物施設は、生活に不可欠のものであり、買物の内容に応じて立地していることが望ましい。そのためには住宅等の消費者の買物出向起点からの便宜と買物目的に応じて大小の商業集積が階層をなして適正に配置されていることが必要である<sup>4)</sup>。

「街づくりと流通政策」は、都市における小売商業機能を単なる買物施設としてのみではなく、地域社会を担う存在、地域社会を構成する存在として、都市社会の「かなめ」として再構築していく、都市計画の運動の一環でもあるといえる。その意味では、地方自治体の「街づくりと流通政策」は、単に商店街の救済の問題というよりも住民を含めた地域環境の問題を検討する上で語られるべきものである。また、「街づくり」とは、宇沢弘文が提唱した「一つの国ないし特定の地域に住むすべての人々が、ゆたかな経済生活を営み、すぐれた文化を展開し、人間的に魅力ある社会を持続的、安定的に維持することを可能にするような社会的装置」<sup>5)</sup>としての社会的共通資本の形成と充実を目指すものである。

地方自治体の「街づくりと流通政策」は、社会的共通資本の形成と充実を目指す「制度設計の模索」であるともいえる。本研究ノートでは、地方自治体が「街づくりと流通政策」を構想・実施する場合、現行の流通政策のもとでの制度設計がどのような点で問題を抱えているのかを考察し、改善点を含めた新たな制度設計の方向性を模索するための準備作業の一つである。

## II

国・地方自治体が小売商業の問題性をどのように認識するかによって、政策対象＝法的主体の概念構成や法的定義、政策目標や内容等も違ってくる<sup>6)</sup>。

3) 小澤一郎 (1998) 3 頁。

4) 鈴木安昭 (2001) 31 頁。

5) 宇沢弘文 (2000), 「街づくりと商業」については、安部真也編 (1995), 安部真也・宇野史郎編 (1996), 糸園辰雄 (1992), 田中道雄・浜田恵三 (1992), 矢作弘 (1997) などがある。

例えば、中小小売商業者が小売商業の主な担い手として認められれば、法的主体は「中小小売商業者」と概念構成され、その内容が定義されるであろう。

「街づくりと流通政策」における制度設計を検討するためには、政策対象をどのように概念構成し、どのように法的に定義しているのかが問題となる。

中心市街地活性化法は、「市街地の整備改善」と「商業の活性化」を柱にその事業を担う機関として「中心市街地整備推進機構」と「タウンマネジメント機関（TMO）」とを想定している。

中心市街地整備推進機構は、市町村における、既存の市街地整備関係・都市計画関係の公益法人を活用して、「土地活用の相談・支援」および「市街地整備プロジェクトの立ち上げ支援」を図るための機関として、位置づけられ、「TMO」と車の両輪として期待されている<sup>7)</sup>。

TMO (Town Management Organization) とは「まちづくりをマネージ（運営・管理）する機関で、様々な主体が参加するまちの運営を横断的・総合的に調整し、プロデュースし、時には、施設の整備・運営主体となることもある」（中小企業庁『TMOマニュアルQ&A』2000年）とされている。

TMOは、法律上で定義された用語ではなく、「法においては、TMO構想を作成し、その構想が適当である旨の市町村の認定を受けた者（商工会、商工会議所、3セク特定会社、3セク財団法人）を『認定構想推進事業者』とし、単独又は組合等と共同で計画の作成及び実施にあたることとしています。この『認定構想推進事業者』がいわゆるタウンマネジメント機関（TMO）です」（中小企業庁『TMOマニュアルQ&A』2000年）と説明されている。

TMO構想とは中小小売商業高度化事業構想である。中小小売商業高度化事業とは、①中心市街地商店街整備事業、②中心市街地店舗集団化事業、③中心市街地共同店舗等整備事業、④中心市街地商店街整備等支援事業などである。

6) 政策対象＝政策主体の概念構成や法的定義については、高瀬雅男（1997）から示唆を得たものである。

7) 小澤一郎（2001）は、「現時点において、その機能の具体化が図られている都市はなく、車の両輪として十分に機能していない」と指摘している。21頁。

タウンマネジメントと称する以上、商店街に限定されずに中心市街地もしくは街全体のマネジメントに取組む組織と解釈されてもおかしくはない。しかし、中心市街地活性化法の下での制度設計では、TMOとは中小小売商業高度化構想推進事業者、つまり商店街活性化のための組織である<sup>8)</sup>。

中心市街地活性化法では「中小小売商業者」が第4条で法的に定義され、TMO構想、すなわち中小小売商業高度化事業は、「中小小売商業振興法」第4条の承認を得なければならないと規定されている。

「中小小売商業者」とは、「中小小売商業振興法（1973年、法101）」で次のように定められた法的定義である。

1. 資本の額又は出資の総額が1千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が五十人以下の会社及び個人
2. 企業組合
3. 協業組合

「中小小売商業者」の法的定義は中小企業基本法の「中小企業者」の量的定義と同じであり、中小規模の企業層の上層まで含まれる。中小企業基本法は、改正の度に「中小企業者」の量的定義を引上げ、これに準じて中小企業関連法の「中小企業」の量的定義も引き上げられた。

「中小小売商業振興法」は、第9条で「国は中小小売商業者の経営の近代化のための施策を講ずるにあたっては、小規模企業者に対する特別の配慮をしなければならない」と定め、小売業における小規模企業者とは、「常時使用する従業員の数が5人以下のものをいう」と説明されている<sup>9)</sup>。このように、中小小売商業振興法は、小規模企業者に対する特別の配慮を定めているが、小規模企業者を独自の政策対象にしているわけではない。

「中小小売商業者」の法的定義で重要な点は、中小小売商業者の法的定義の中に企業組合・協同組合などが含まれていることである。中小小売商業者の法的定義に組合を含めた理由はどこにあるのであろうか。「中小小売商業振

---

8) 原田英生（2001）12頁。

9) 通商産業省中小企業庁小売商業課（1992）96－97頁。

興法」の目的は、同法第1条で「商店街の整備、店舗の集団化、共同店舗等の整備等の事業の実施を円滑にし、中小小売商業者の経営の近代化を促進すること等により、中小小売商業の振興を図り、もって国民経済の健全な発展に寄与すること」<sup>10)</sup>と規定されている。

中小小売商業振興法の中心は、商店街整備計画、店舗共同化計画、共同店舗整備計画などを内容とする高度化事業計画の承認と助成である。これらの高度化事業は、中小小売商業者を何らかの形で集団化し、協業化させるものである。小売商業の近代化の担い手、すなわち事業実施主体は企業組合及び協同組合としたのである。

中小小売商業振興法の改正（1991年）では、「中小企業者」一般の定義規定を置き、中小企業者の中に「事業協同組合、事業協同小組合及び協同組合連合会、商工組合及び商工組合連合会並びに商店街振興組合及び商店街振興組合連合会」を加え、「中小小売商業者」は、「小売業に属する事業を主たる事業として営むもの」であって「中小企業者」の法的定義に該当するものと定義された。法改正で「中小企業者」の法的定義を追加した理由は、「商店街整備等支援計画」の事業実施主体の追加であった<sup>11)</sup>。「商店街整備等支援計画」は、中小小売商業者以外の者が中心となって行なう出資等を受ける会社又は公益法人が中小小売商業者を支援する事業について、計画認定して助成しようとするものである。いわゆる「街づくり会社」である。

この制度では、中小小売商業者が参加する第3セクターが商業施設（共同店舗）あるいはコミュニティ施設・駐車場などを建設する場合に、中小企業総合事業団から融資が行われる。商店街整備支援策は、従来原則として組合に限定されていた支援対象に街づくりを加えたものである。その背景の一つは、商店街組合の限界であった。

中小小売商業振興法第3条に「通商産業大臣は、中小小売商業の振興を図るための中小商業者に対する一般的な指針（以下「振興指針」）を定めなけれ

10) 通商産業省中小企業庁小売商業課（1992）16頁。

11) 通商産業省中小企業庁小売商業課（1992）19－20頁。

ばならない。」と規定されている。「振興指針」は、中小小売商業の認識構造と中小小売商業の振興策の理念を示したものである。

中小小売商業振興法の改正によって、「振興指針」の内容には、①新業態の創出等企業家精神を発揮した積極的な事業活動の展開、②事業者間（中小小売業者と大規模小売業者）の協力・協調、③地域活性化への貢献などの新たな内容が加わっている。しかし、「中小小売商業においては、明確な企業的経営方針を持たぬまま生業的あるいは現状維持的な経営を行い、また、一般に生産性の向上が遅れている事業者がなお多数を占めている。」とする基本認識は変わっていない<sup>12)</sup>。

小売商業の振興策は、依然として商店街整備、店舗の集団化、共同店舗といった高度化事業が中心であり、政策対象＝政策主体は、もっぱら「組織」としての中小小売商業者である。経済的弱者を集団化することによって事業規模を大きくし、経済的基盤を強化する。協同組合に代表される組織化の促進と法人支援の枠組みは、このことを具体化したものである。

中心市街地活性化法は、なぜ「TMO」の法的概念の定義を避け、認定構想推進事業者としたのであろうか。その背景には、大店法の廃止に対する中小小売商団体への配慮があったとも推測することができるが、小売商業の政策対象＝政策主体を「中小小売商業者」、特に「組織」とする従来の組織化政策の系譜を継承したことによっているといえる。

小売商業の振興策にとって決定的に重要なことは、担い手の問題である。中小企業基本法の改正（1999年）は、従来の基本理念であった「経済的弱者」「格差是正」から「活力ある中小企業の育成、起業の刺激」を主軸を置く方向に転換した。中小企業政策の転換は、従来の組織化政策の変更を迫るものである。新たな制度設計には、「本質的には営利を追求する商業に対して、どこに公共性を見出して公的支援をすることができるのか」<sup>13)</sup>という基本的な課題が存在しているが、石原武政の「流通分野で、新たな事業を起業家的な

12) 通商産業省中小企業庁小売商業課（1992）139－141頁。

13) 福川裕一（1998）33頁。

事業者たちが共同で行なうときに本当に必要な組織形態はどのようなものであるのか。組合という形でなく、事業主体として実質的な活動を担うことができる組織の模索<sup>14)</sup>は、新たな制度設計の一つの方向を示している。

新たな制度設計は、「中小小売商業者」という政策対象＝政策主体の概念構成の問い直しでもある。中小企業基本法の改正では、同法第2条で「中小企業者」の定義の中に「経営の革新」「創造的な事業活動」という法的概念の定義が含まれている。「経営の革新」とは、中小企業経営革新支援法（1999年、法第18号）の定義と概念的には同じものである。中小企業経営革新支援法では、複数の中小企業者の申請が可能となるなど新しい試みが行われている<sup>15)</sup>。

「中小小売商業振興法」と「中心市街地活性化法」では、今までのところ従来の量的定義を踏襲し質的定義は含まれていない<sup>16)</sup>。「中小小売商業者」の法的定義には、質的定義とともに「小規模企業者」（零細小売業）をどのように政策対象＝政策主体として法的に定義するかが問題となる。流通研究においても、零細小売業の存続条件（基盤）をめぐる論議が行われているが<sup>17)</sup>、現行の制度設計では、「非効率的存在」として概念構成され、「配慮規定」に位置づけされている<sup>18)</sup>。

14) 石原武政（2000）13頁。

15) 「中小企業革新支援法」は、中小企業の定義の中に「この法律において『経営革新』とは、中心企業者が、新製品の開発又は生産、新役務の開発又は提供、商品の新たな生産又は販売の新方式の導入、役務の新たな提供の方式の導入その他の新たな事業活動を行なうことにより、その経営の相当程度の向上を図る」とする概念規定が含まれている。

16) 流通研究においても、中小小売業の概念構成をめぐる様々な見解がみられる。例えば、鈴木安昭（1974）は中小小売業を「積極的対応型」「環境変化順応型」「衰退型」に分類し、南方建明（1998）は、経営者意識という質的側面から、経営規模の拡大や経営内容の高度化を志向する「積極型」、適切な刺激や動機づけがなされれば環境変化に対応して経営を存続させる「中間型」、経営意欲に欠ける「消極型」に分類している。

17) 零細小売業の存続条件（基盤）をめぐる論議については、出家健治（1993）、糸園辰雄（1992）を参照されたい。

18) 零細小売業の支援策として、小企業等改善経営改善資金融資制度（マル経資金）、国民金融公庫等の生業資金小口貸付、指導・助言等の制度が設けられているが、これらの施策はあくまでの「特別の配慮」施策であって、零細小売業が独自の政策対象＝政策主体であることを意味していない。

「街づくりと流通政策」を構想する際に、大型店やナショナル・チェーン店の存在を抜きにして都市小売商業のあり方を論じることが現実的ではない。しかし、大型店やナショナル・チェーン店は、採算状況によっては撤退という行動をとることがあり、都市小売商業の充足を過度にこれらの「組織商業」に依存することは問題であるといわざるを得ない<sup>19)</sup>。また、消費者の利便性や都市のもつ「猥雑性」という魅力を考える時、多様な経営主体からなる小売商業が望ましい。

「中小小売商業者」の法的定義の問い直しは、中小小売商業者をどのように認識し、どのようにその役割を評価するのか、という流通政策の転換を迫るものであり、「個別的振興」のあり方を含めた新たな制度設計の模索でもある。

### III

中心市街地活性化法は原則として中心市街地は一都市一地域としていることから、複数の地域を中心市街地として認定しても、事業支援は得られない。そのため「中心市街地」の定義や位置、範囲が問題となる。中心市街地活性化法では、第2条で次のように定義されている<sup>20)</sup>。

- ① 当該市街地に、相当数の小売商業者が集積し、及び都市機能が相当程度集積しており、その存在している市町村の中心としての役割を果たしている市街地であること。(集積要件)
- ② 当該市街地の土地利用及び商業活動の状況等からみて、機能的な都市活動の確保又は経済活力の維持に支障を生じ、又は生ずるおそれがある

19) 南方建明 (1998) 125頁。

20) 「中心市街地」の具体的なイメージは、「中心市街地活性化法」の解説の中でも提示していない。中心市街地活性化法の具体的なイメージについては、臼井徳一 (1998) 18頁が参考になる。「J R・主要私鉄の駅、バスターミナル、都道府県庁、国の地支分部局等の官公署、デパート、飲食店街等の繁華街等を中核として形成されている市街地（徒歩で20-30分程度の範囲）で、経済社会情勢の変化、中心的施設の移転等により、都市の中心としての役割が低下し、又は低下するおそれのある区域である。



ると認められる市街地であること。(趨勢要件)

- ③ 当該市街地において市街地の整備改善及び商業等の活性化を一体的に推進することが、当該市街地の存在する市町村及びその周辺の地域の発展にとって有効かつ適切であると認められること。(広域効果要件)

「中心市街地」の法的定義は、「市街地の整備改善」「商業等の活性化」を柱とする総合的・一体的な対策を推進するために規定されたものである。中心市街地活性化法では、単に、個々の商店や商業施設、商店街を対象として支援策を講ずるのではなく、中心市街地の商業全体を多様な機能が集積する一つのショッピングモールと見立て、その全体を活性化することを目的としたものである。

しかし、地域小売商業の課題は、中心市街地の問題とともに近隣型・地区型商店街の衰退がより深刻な問題となっていることである。地方自治体は、地域住民の消費生活改善のためにも行政区域全体の小売商業のあり方に関心を持たざるを得ない。その場合、問題となるのは、政策対象＝支援策としての「商業集積」の法的定義である<sup>21)</sup>。

「商業集積」は、改正中小企業基本法で定められた法的定義である<sup>22)</sup>。「商業集積」は、中小企業基本法第18条の「商業の集積の活性化」の中で「国は、相当数の中小小売商業者又は中小サービス業者が事業を行なう商店街その他の商業の集積の活性化を図るため、顧客その他の地域住民の利便の増進を図るための施設の整備、共同店舗の整備その他の必要な施策を講ずる」と規定された。また、「商業の集積」とは、「商店街、商業施設をも含む概念であり、商店等が多数集積していることにより、一定の集客効果を持つような一定地域を指すものである。」と説明されている<sup>23)</sup>。

「特定商業集積整備法」(1991年、法82号)では、「特定商業集積」という法的概念が定められている。「特定商業集積」とは「相当数の小売業の業務を

21) 商業集積の定義については、流通経済研究所(1995)の報告書で詳細に検討されている。

22) 中小企業庁(2001) 68-69頁。

23) 中小企業庁(2001) 69頁。

行う者の業務の用に供される施設（商業施設）と顧客その他の地域住民の利便の増進を図るための多様な施設（商業基盤施設）とが一体的に設置される施設<sup>24)</sup>と規定されている。この法的定義は、「商業集積」を商業施設・建物と捉えたもので、中心市街地活性化法でも引き継がれている。

「商業集積」の概念規定は、商業集積を「場所（立地）」と考えるのか、「相互に関連した商店（事業所）の集合」と考えるのか、「（店舗の集合した）商業施設・建物」と考えるのか<sup>25)</sup>、によって異なり制度設計のあり方も異なってくる。

これまでの「商業集積」の概念には、「一定の地域における相当数の小売業者」というという概念規定が含まれ、具体的には「商店街」がイメージされてきた。「商業集積」の法的概念にも、このような概念が暗黙概念として含まれている。

地域小売商業は、商店街などの商業集積だけでなく、数店の集合、さらに単独で各地域に散在している商店など多様な小売商業構造からなっている。地方自治体は、「街づくりと流通政策」を構想する場合、このような小売商業構造の総合的な施策が求められる。そのためには、「商業集積」の法的概念の中で「一定の地域」「相当数の小売業者」をどのように概念構成するかが問題となる。

石原武政の「散在型店舗のゆるやかな連携」は、「一定の地域」の新しい概念構成である<sup>26)</sup>。行政（国，地方自治体）が「街づくり」を構想し実施する場合、予算措置がともなう以上、何らかの形で「基準」を設けることは避けられない。しかし、多くの場合、「基準」は、「行政側の公定解釈」や「機械的公平性の論理」が優先し、「個性的な街づくり」の阻害要因となっている。

24) 通商産業省商業集積推進室（1991）28頁。

25) 流通経済研究所（1995）3頁。

26) 石原武政（2000）は「商店街は純粋な商業集積であることを求めるよりも、むしろ生活街路に点在する商店群が相互に連携しあうゆるやかな協同化の道を模索することも一つの現実的な姿として想定していくべきではないだろうか」と指摘している。28－30頁。

現在の時点では、行政側は立法担当者を含めて、こうした状況を打破しようとする意欲はほとんどみられない。

政策対象＝支援対象としての「商業集積」の法的定義には、例えば、従来の商店街の概念構成にこだわらず、数店の商店群であってもそれを「小規模商業集積」とするか、あるいは「散在型店舗のゆるやかな連携」を「地域型商業集積」と概念構成するなど地域小売商業の実情に応じて柔軟的に概念規定することが求められる。政策対象の概念構成と法的定義の再検討は、「個性的な街づくり」のための新たな制度設計の模索でもある。

#### IV

中心市街地活性化法は、第3条で「国及び地方公共団体は、この法律に基づく施策の策定及び実施に当たっては、地域住民等の理解と協力を得るとともに……」<sup>27)</sup>と定めている。しかし、地域住民の「理解と協力」の前提となるべき情報の開示や意見聴取の機会については、法的になんら保証していない<sup>28)</sup>。

地域小売商業の課題は、中心市街地の問題とともに近隣商店街の衰退がより深刻な問題となっていることである。地方自治体が抱える問題は、当該都市・地域社会の実情に応じた適切な政策手段の組み合わせとある特定の地域に集中的に予算を投入することについての合意がなければ、小売商業政策が困難となることである。

「合意形成」は、価値観の多様化のなかでの「多様なものをどのように調整するのか」が課題として現われてくる。「多様なものの調整」には、各関係者間における「協議と学習」が必要となり、「相互理解」が重要となる。相互理解とは、「必ずしも自分と同じ価値意識でない相手との間で『相手と同じ価値意識にはならないが、相手の主張・考え方・価値意識について、その展開の道筋をそれなりに理解することができる』という」<sup>29)</sup>ことである。

27) 通商産業省政策室中心市街地活性化室（1998）99頁。

28) 伊藤公一（1999）14頁。

「合意形成」にとって必要なことは、街づくりへの「参加」である。参加は「最大の学習」であるように<sup>30)</sup>、学習の機会を提供し、それによって小売商業が地域住民にとって一種のインフラストラクチャーであることを認識し、小売商業の適正な配置の必要性を商業者の間だけでなく、広く一般市民の間に育てあげていく効果を持っている。そのためには、情報取得への社会的便宜の拡大と徹底的な情報公開が必要となる。「情報なくして学習はありえないし、学習による各自の選好の改善なくして調整としての合意」<sup>31)</sup>はありえないからである。

地方自治体は、「協議と学習」を保証し、「相互理解」を深める制度設計を模索することが求められている。このことは、市民・商業者・行政が地域における小売商業の必要性が具体的に何を意味しているかの決定過程に参加するということでもある。一見迂遠な道に見えてこそこれが、小売商業の「社会的共通資本としての公共性」を認識できる公衆を生み出すための近道なのではないだろうか。

新たな制度設計には、何がしたいのか、そのためにはどのような支援策が求められるかを先に考える「制度先行からの脱却」も必要である<sup>32)</sup>。それによって、現行の支援制度の問題点と改善へのヒントがより具体的に提示しえるからである。「街づくりと流通政策」は、地方自治体の側からの積極的な政策提起であり、新たな制度設計への模索でもある。

### 参 考 文 献

- (1) 安部真也編 (1995)『中小小売業と街づくり』大月書店。
- (2) 安部真也・宇野史郎編 (1996)『現代日本の流通と都市』有斐閣。
- (3) 飯尾要 (1994)『経済・経営システムと情報技術革命』日本評論社。
- (4) 飯尾要 (2001)「情報技術革命と“新しい民主主義”—21世紀・新日本型社会システムの方向—」『大阪経大論集』第52巻第3号。

---

29) 飯尾要 (2001) 46-47頁。

30) 飯尾要 (1994) 242頁。

31) 飯尾要 (2001) 47頁。

32) 石原武政 (2000) 268-269頁。

- (5) 石原武政 (2000)『まちづくりの中の小売業』有斐閣。
- (6) 石原武政 (2000)「流通政策の転換」『都市問題研究』第52巻第6号。
- (7) 伊藤公一 (1999)「まちづくり3法の意義と問題点」『商工金融』4月号。
- (8) 糸園辰雄 (1992)「零細小売業の存続」『熊本商大論集』第38巻第2・3号。
- (9) 糸園辰雄 (1994)「『街づくり』の諸問題」『熊本商大論集』第40巻第3号。
- (10) 白井徳一 (1998)「自治省の中心市街地再活性化対策」『地域開発』5号。
- (11) 宇沢弘文 (2001)『社会的共通資本』岩波書店。
- (12) 小澤一郎 (1998)「地方都市中心市街地の再生—『街なかの創造』をめざして」『地域開発』5月号。
- (13) 小澤一郎 (2001)「中心市街地活性化法と都市の再生」『地域開発』10月号。
- (14) 清成忠男 (1983)『地域小売商業の新展開』日本経済新聞社。
- (15) 鈴木安昭 (2001)『日本の商業問題』有非閣。
- (16) 鈴木安昭 (1974)『商業の広域診断』同友館。
- (17) 高橋雅男 (1997)「中小企業の法的概念」高橋岩和・本間重紀編『現代経済と法構造の変革』三省堂、所収。
- (18) 田中道雄・浜田恵三 (1992)『街づくりの新しい視角』中央経済社。
- (19) 中小企業庁 (2001)『新中小企業基本法—改正の概要と逐条解説—』同友館。
- (20) 通商産業省商業集積推進室 (1991)『特定商業集積整備法の解説—魅力ある商業集積づくり—』財団法人通商産業調査会。
- (21) 通商産業省中小企業庁小売商業課 (1992)『中小小売商業振興法の解説』財団法人通商産業調査会。
- (22) 通商産業省政策室中心市街地活性化室 (1998)『中心市街地活性化法の解説』財団法人通商産業調査会。
- (23) 出家健治 (1993)「零細小売業研究の潮流」『熊本商大論集』第40巻第1号。
- (24) 都市計画中央審議会基本政策部会 (1997)『今後の都市政策のあり方について』
- (25) 原田英生 (2001)「中心市街地活性化施策の意図と今後の課題」『地域開発』10号。
- (26) 福川裕一 (1998)「タウンマネジメント機関による中心市街地活性化の成立条件」『流通とシステム』No. 97。
- (27) 南方建明 (1998)「地域商業における商店街の役割—中小小売店の機能と商店街活動の理念」『大阪商業大学論集』第111号。
- (28) 矢作弘 (1997)『都市はよみがえるか—地域商業とまちづくり』岩波書店。
- (29) 流通経済研究所 (1995)『商業集積と街づくりに関する研究調査報告書』。

(すずき・いくたろう／経営学部教授／2002年2月22日受理)